

# İnsan Ticaretini Önlemeye Yönelik Olarak Kadınları Konu Alan Halkla İlişkiler Kampanyaları Üzerine Bir İnceleme

Gül ÇAKI\*

Öz

*Son yıllarda dünya genelinde gerek resmi gerekse sivil toplum kuruluşları tarafından insan ticaretini önlemeye yönelik halkla ilişkiler kampanyaları başlatılmıştır. Bu kampanyalar içerisinde özellikle insan ticaretinin kadınlara yönelik olumsuz boyutunu ele alan halkla ilişkiler kampanyalarının ön plana çıktığı görülmektedir. Çalışmada amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen insan ticaretinde kadınları konu alan dört halkla ilişkiler kampanyası (Gözyaşı, Kurban, Özgürlük, Dikkat) üzerinden kadınların mağduriyetine yönelik verilen mesajların açıklanmasına çalışılmıştır. Bu amaçla çalışmada ABD’li dilbilimci Charles Sanders Peirce’in göstergebilim kavramları üzerinden halkla ilişkiler kampanyalarında kullanılan posterlerin göstergebilimsel analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda insan ticareti ile birlikte kadınların özgürlüklerini kaybettikleri, toplumdan dışlandıkları, bedensel olarak sömürüye maruz kaldıkları mesajlarının verildiği saptanmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** İnsan ticareti, kadın, halkla ilişkiler, kampanya, göstergebilim

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: gulcaki06@hotmail.com  
ORCID: 0000-0001-6228-6313

# An Examination on Public Relations Campaigns Regarding Women to Prevent Human Trafficking

Gül ÇAKI\*

## **Abstract**

*In recent years, the public relations campaigns aiming to prevent human trafficking have been prepared by both official and non-governmental organizations around the world. Among these campaigns, it has seen that public relations campaigns, which deal with the negative dimension of human trafficking especially for women, come to the forefront. In this study, four public relations campaigns (Tears, Sacrifice, Freedom, Attention) determined using purposeful sampling method were used to explain the messages about the victimization of women. For this purpose, posters used in public relations campaigns were examined using semiotic analysis through the concepts of semiotics of American linguist Charles Sanders Peirce. As a result of the study, it was found that women lost their freedom, they were excluded from the society and they subjected to physical exploitation because of human trafficking.*

**Keywords:** Human trafficking, women, public relations, campaign, semiotics

---

\*Postgraduate Student, Atılım University, Institute of Social Sciences, e-mail: gulcaki06@hotmail.com  
ORCID: 0000-0001-6228-6313

## Giriş

Dünya genelinde ulusal ve uluslararası pek çok kurum insan ticaretine karşı mücadele etmektedir. İnsan ticaretine karşı mücadelede kitlelerin bilinçlendirilmesi ve desteğinin sağlanabilmesi için de son dönemde sıklıkla halkla ilişkiler kampanyalarının yapıldığı görülmektedir. Halkla ilişkiler kampanyalarında özellikle kadınların insan ticareti sürecinde yaşadıkları mağduriyetlerin aktarılması ve bu yolla kadın mağdurlara yönelik duyarlılığın oluşturulması amaçlanmaktadır. Son yıllarda insan ticaretinde kadınları konu alan halkla ilişkiler kampanyalarında verilmek istenen mesajların ortaya çıkarılması, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Böylece kadınların insan ticaretinde yaşadıkları mağduriyetlere halkla ilişkiler kampanyalarında nasıl ve ne yönde ışık tutulduğunun açıklanması amaçlanmıştır. Bu açıdan çalışmada “İnsan ticaretini konu alan halkla ilişkiler kampanyalarında kadınların mağduriyetleri nasıl sunulmaktadır?” sorusuna yanıt aranmaya çalışılmıştır.

İnsan ticaretinde kadınları konu alan tüm halkla ilişkiler kampanyaları çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın tüm halkla ilişkiler kampanyalarına ulaşmanın güçlüğünden dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Çalışma kapsamında Womanstats’ın verilerine göre kadınların güvende olduğu belirtilen iki ülke (ABD ve İngiltere) ile kadınların güvenlik sorunu yaşadığı iki ülkede (Meksika ve Kolombiya) hazırlanan toplam dört halkla ilişkiler kampanyası çalışmanın örnekleme olarak belirlenmiştir (Womanstats, 2019). Çalışmada nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Çalışmada kampanyalarda kullanılan posterler ABD’li dilbilimci Charles Sanders Peirce’in görüntüsel gösterge, belirtisel gösterge ve simge kavramları üzerinden analiz edilmiştir.

Uluslararası alanda yapılan akademik çalışmalarda insan ticaretinde kadınların mağduriyetlerini inceleyen önemli akademik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar içerisinde; Hughes ve Denisova (2001), uluslararası siyasi suç bağlamında Ukraynalı kadın ticaretini; Tsutsumi vd. (2008), Nepal’deki insan tacirlerinden kurtulan kadınların ruh sağlığını; Siegel ve De Blank (2010), Hollanda örneğinde kadınların insan

ticaretinde üstlendiği rolleri; Deshpande ve Nour (2013), insan ticaretinin kadınlar üzerinde oluşturduğu sağlık sorunlarını; Luty (2009), Güney Afrika özelinde insan ticaretinde kadınları; Hodge ve Lietz (2007), uluslararası seks ticaretinde kadınların durumunu; Stewart ve Gajic-Veljanoski (2005), Kanada özelinde insan ticaretinde kadınların durumunu; Gajic-Veljanoski ve Stewart (2007), insan ticaretinde kadınların sağlık durumunu ve insan haklarını; Kligman ve Limoncelli (2005), Doğu Avrupa ülkeleri boyutunda kadın ticaretini; Outshoorn (2005), kadın ticareti üzerine siyasi tartışmaları; Paul ve Hasnath (2000), insan ticaretinde Bangladeşli kadınları; Corrin (2005), Orta ve Doğu Avrupa'dan gelen kadın ticaretini; Ugarte vd. (2004), Meksika'dan Amerika Birleşik Devletleri'ne kadın ticaretini; Raphael vd. (2010), Chicago özelinde kadın ticaretini; Askola (2007), Avrupa Birliği içerisinde kadın ticaretini incelemiştir.

Ulusal alanda yapılan çalışmalara bakıldığında Coşkun (2014), "Türkiye'de Göçmen Kadınlar ve Seks Ticareti" adlı çalışmasında insan ticareti boyutunda göçmen kadınların sorunlarını ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmada kadınların kayıt dışı sektörde çalışmaya zorlandığı ve cinsel şiddete karşı savunmasız bırakıldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yine Coşkun (2016), "Türkiye'nin Göç Rejiminde Toplumsal Cinsiyet Faktörü: Ugandalı Göçmen Kadınlar Örneği" adlı çalışmada Ugandalı göçmen kadınların göç deneyimleri üzerine incelemede bulunmuştur. Çalışma bulgularında Ugandalı göçmen kadınların işyerlerinde genel olarak ırkçılık, emek sömürsü, cinsel taciz ve ayrımcılığa maruz kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Şeker (2016), "Göç Sürecinde Kadın" adlı çalışmada göç odaklı olarak kadınların cinsiyete bağlı mağduriyetlerini ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulardan kadınların uluslararası göç ve insan ticareti sürecinde cinsel sömürü ve istismara daha açık hale geldiği saptanmıştır. Barın (2015), "Türkiye'deki Suriyeli Kadınların Toplumsal Bağlamda Yaşadıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri" adlı çalışmada Suriyeli göçmen kadınların toplumsal sorunlarını incelemiştir. Çalışmada Suriyeli göçmen kadınların pek çok farklı konudan dolayı mağdur olduğu, buna karşın buldukları ülkenin dilini bilmediklerinden dolayı mağduriyetlerini aktarmada problemler yaşayabildikleri ortaya çıkarılmıştır. Jahic ve Karan (2006) "Türk Ceza ve Ceza Usul Hukuku ve Fuhuş Amaçlı İnsan Ticareti Suçunda Yaşa-

nan Sorunlar” adlı çalışmada insan ticareti kavramını fuhuş boyutunda hukuksal açıdan ele almış ve yapılan çalışmada insan ticareti mağdurlarının ifade süreçlerinde genel olarak avukat yardımıyla yararlanma oranlarının oldukça düşük düzeyde olduğu saptanmıştır. Yılmaz (2019) “Göç ve Kadın: Göçün Feminizasyonu ve Kadın Göçmenlerin Durumu” adlı çalışmada kadın göçmenlerin ne gibi risklerle karşılaştıklarını ve göçün ne gibi etkileri olduğunu incelemiştir. Çalışmada göçmen kadınların cinsel tacize maruz kalabildiği ve kimi zaman yeterli sağlık hizmetine erişememekten dolayı sorunlar yaşadığı tespit edilmiştir. Sever (2018), “Türkiye’de Kadın Ticaretine Yönelik Politikaların İncelenmesi” adlı çalışmada kadın ticaretine yönelik incelemede bulunmuştur. Çalışma sonucunda kadın ticaretinin önlenmesine yönelik ulusal müdahalelerden ziyade uluslararası kapsamlı bir müdahalenin gerekli olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yapılan bu literatür taraması sonucunda insan ticaretinde kadınların mağduriyetlerini inceleyen alanda önemli çalışmalar yapıldığı gözlemlenmiştir. Buna karşın ulusal çalışmalar içerisinde insan ticaretinde kadınları konu alan halkla ilişkiler kampanyaları konusunda herhangi bir çalışmaya rastlanılmamaktadır. Bu açıdan çalışma insan ticareti bağlamında incelediği konunun özgünlüğü ve alana katkısı bakımından önem taşımaktadır.

## 1. İnsan Ticaretinde Kadınların Durumu

İnsan ticareti fiziksel, psikolojik ve cinsel sömürü, zorla çalıştırma veya organ ticareti olarak bireyin iradesi dışında yürütülen yasa dışı faaliyetleri tanımlamaktadır. Bireyin rızası olmadan faaliyette bulunduğu için insan ticareti kavramı günümüzde modern kölelik olarak adlandırılmaktadır. İnsan ticareti dünya genelinde yasal bir suç olarak kabul edilmekte ve pek çok ülkenin yasasında ağır şekilde cezalandırılmaktadır. 2000 yılından bu yana, insan ticareti sorununu ele almak için politikalar oluşturulmaya başlanmıştır (Gulati, 2011, s. 363). Bu kapsamda insan ticareti ile mücadelede bir dönüm noktası teşkil eden ve Palermo Protokolü olarak kısaca ifade edilen “Sınırşan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesine Ek İnsan Ticaretinin, Özellikle Kadın ve Çocuk Ticaretinin Önlenmesine, Durdurulmasına ve Cezalandırılmasına İlişkin Protokol” imzaya açılmıştır.

*İnsan Ticaretini Önlemeye Yönelik Olarak Kadınları Konu Alan  
Halkla İlişkiler Kampanyaları Üzerine Bir İnceleme*

Protokol, insan ticaretini önlemeyi ve insan tacirlerine karşı mücadele etmeyi, insan ticareti mağdurlarını korumayı ve desteklemeyi, aynı zamanda insan ticaretine karşı ülkeler arasında iş birliği oluşturmayı amaçlamaktadır. İnsan ticaretinde öncelikle kadın ve çocuklara odaklanılmaktadır (Alvarez ve Alessi, 2012, s. 142).

Protokol kapsamında “özellikle kadınlar ve çocuklar” ibaresine yer verildiği görülmektedir. Böylece protokol, insan ticareti konusunda en çok mağdur olan iki grubun çocuklar ve kadınlar olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle insan ticareti konusunda en fazla mağduriyeti erkeklere oranla kadınlar yaşamaktadır. Nitekim 1990’lardan bu yana Avrupa’da cinsel sömürü amacıyla insan ticaretinde kadın mağdurların sayısında önemli bir artış yaşanmıştır (Friesendorf, 2007, s. 379). Kadınlar insan ticaretinde, fiziksel ve zihinsel olarak pek çok farklı açıdan sömürüye uğramaktadır. Özellikle insan ticareti kadınların cinsel yönden sömürüsüne yol açabilmektedir (Brysk, 2009, s. 8). Kadınlar insan ticaretinde baskı, kandırma veya borçlanma yoluyla fuhşa zorlanabilmektedir. İnsan tacirleri kurdukları sistemler yoluyla kadınların cinsel sömürü düzeninden kaçmasına izin vermemekte ve bu kadınların dış dünya ile bağlantılarını koparmalarına neden olmaktadır. Diğer yandan maddi açıdan zorluk çeken ve ailelerine bakmak zorunda olan kadınlar, insan tacirleri için hedef olabilmektedir. İnsan tacirleri, kadınları ikna edebilmek için pek çok farklı yöntem kullanabilmektedir. Bunların başında iş vaadi gelmektedir. Kadınların çalışmak zorunda olması durumunda insan tacirleri iyi bir maaş ve çalışma koşulları ön plana sürerek kadınları kendileri ile birlikte çalışmaya ikna edebilmektedir. Kadın mağdurlar, iyi bir iş fırsatı olarak değerlendirdikleri insan tacirlerinin tekliflerini kabul etmekte ve kimi zaman yasal kimi zaman da kaçak yollardan farklı ülkelerde çalışmak üzere ülkelerinden ayrılabilirler. Bu durumda mağdur kadınlar iş göçüne maruz kalmaktadırlar (Kempadoo, 2015, s. 8). Farklı ülkeye giden mağdur kadınlar, vaat edilen iş yerine seks işçiliği ile karşı karşıya kalabilmektedir. Mağdur kadınların çalışmayı reddetmesi ve ülkelerine geri dönmek istemeleri üzerine tacirler kadınların pasaportlarına ve diğer kimlik belgelerine el koymakta ve kadınları çalışmaya zorlayabilmektedirler. Diğer yandan mağdur kadınlar seks işçiliğinin yanında tanınmadıkları kişiler ile zorla evlendirilebilmekte

ve bu zorla evlilik sürecinde insan tacirleri tarafından para karşılığı zorla başkasına satılabilmektedirler. Özellikle çocuk yaştaki kadınlar, para karşılığında ve zorla gayri resmi evliliklere maruz kalabilmektedirler.

İnsan ticaretinde kadınların cinsel sömürü ile birlikte en sık maruz kaldıkları durum emek sömürüsüdür (Aradau, 2004, s. 251). İnsan tacirleri, yoksulluk ve işsizliğin yoğun olarak yaşandığı bölgelerdeki kadınlara tıpkı cinsel sömürüde olduğu gibi iyi bir iş teklif etmekte ve kadınların kendileri ile birlikte çalışmalarını sağlamaktadır. Buna karşın kadınlar buldukları ülkelerde beklentilerinin çok altında bir maaş ve çalışma koşullarında çalışabilmektedir. Mağdur kadınlar, buldukları ülkede insan tacirlerinin etkisinden kurtulma ve başka bir işte çalışmayı tercih etme durumunda tehdit ile karşılaşabilmektedir. Özellikle buldukları ülkede kaçak işçi olarak çalışan kadınlar, insan tacirleri tarafından polise ihbar edilip, sınır dışı edilmekle tehdit edilmektedir. Bu aşamada yasa dışı göç de insan ticareti riskini arttırmaktadır (Mahmoud ve Trebesch, 2010, s. 173). Mağdur kadınlar, buldukları ülkelere çıkarıldıkları takdirde tüm gelirlerini kaybetme korkusuna kapıldıkları için insan tacirlerinin denetiminde çalışmaya devam edebilmektedir. Bu süreç mağdur kadınların emek sömürüsünün devam etmesine yol açmaktadır. İnsan tacirleri son dönemde cinsel sömürü, zorla evlilik ve emek sömürüsü gibi konularda sosyal medya platformları üzerinden hedef kitleleri ile doğrudan iletişim kurma olanağı elde etmiştir. Bu süreçte sosyal medya platformları insan ticareti konusunda sınırların kalkmasına ve kıtalar arasında insan ticaretine yönelik faaliyetlerin sürdürülmesine neden olmuştur. İnsan tacirleri internet yoluyla hem kadın kurbanlarına ulaşarak onları ikna edebilmekte hem de insan ticaretini gerçekleştirdiği hedef gruplar ile iletişime geçebilmektedir.

## **2. İnsan Ticaretini Konu Alan Halkla İlişkiler Kampanyaları**

İnsan ticaretine karşı ulusal ve uluslararası alanda yürürlüğe konulan kanunların yanında başta sivil toplum kuruluşları olmak üzere pek çok farklı kurum ve kuruluş tarafından insan ticaretine yönelik halkla ilişkiler kampanyaları başlatılmıştır (Nieuwenhuys ve Pécoud, 2007, s. 1674). Özellikle Birleşmiş Milletler tarafından insan ticareti ile mücadele çabalarının ön plana çıkarılması gerektiğine yönelik protokolden bu yana insan ticareti

suçuna halkın dikkatini çekmek için çok sayıda kampanya başlatılmıştır (O'Brien, 2016, s. 205). Bu kampanyalarla insanların insan ticaretine karşı bilinçlendirilmesi, insan tacirlerine bilmeden yaptıkları yardımların önlenmesi ve insan tacirlerinin kurduğu tuzaklara düşmelerinin engellenmesi amaçlanmaktadır. Kampanyalar kapsamında televizyon ve billboardlarda kamu spotu reklamları hazırlanmakta, gazete ve dergilere reklamlar verilmekte, basın bültenleri gönderilmektedir. Özellikle son dönemde sosyal medya platformları üzerinden oluşturulan kampanyalarla geniş kitlelere ulaşılması amaçlanmaktadır.

İnsan ticaretinde kadın ve çocukların mağduriyetine yönelik kampanyalar yapılmaktadır (Gould, 2010, s. 31). Özellikle son yıllarda insan ticaretine karşı yürütülen halkla ilişkiler kampanyalarında kadın mağdurların sıklıkla ön plana çıkarıldıkları görülmekte ve bu şekilde insan ticaretinde kadınların maruz kaldığı zorluklara yönelik kamuoyunda farkındalık oluşturulması amaçlanmaktadır. Kampanyalarda kadın mağdurların yaşadıkları, baskı, sömürü ve zor şartlar pek çok farklı açıdan yansıtılarak kitlelerin insan ticaretine karşı daha duyarlı hareket etmeleri hedeflenmektedir. Kampanyalarda insan ticaretinde kadınların seks işçiliği üzerinde durulmaktadır (Andrijasevic, 2007, s. 24). İnsan ticaretinde kadın mağduriyetine yönelik kadın seks işçiliği, tecavüz ve cinsel taciz konularına vurgu yapılarak kadınların cinsel yönden sömürülmesinin önüne geçilmesi istenmektedir. Kadınlara zorla fuhuş yaptırılmasını önlemeye ve kitlelerin insan ticareti ile karşılaştıklarında yetkililer ile iletişime geçmelerini sağlamaya yönelik faaliyetler yürütülmektedir (McDonald, 2014, s. 125). Özellikle dünya genelinde feminist gruplar tarafından halkla ilişkiler kampanyaları desteklenmekte ve resmi makamlarca kampanyaların düzenlenmesine yönelik de baskı oluşturulmaktadır. Feminist gruplar tarafından planlanan kampanyalar kapsamında insan ticaretinde kadınların mağduriyetinin giderilmesi ve kadınların insan tacirlerinin tuzağına düşmelerini önlemek için kalıcı çözümlerin üretilmesi hedeflenmektedir. Böylece kampanyalar feministlerin çalışmalarına katkı sağlayabilmektedir (McDonald, 2004, s. 143). Bu amaçla kampanyalarda kadınların insan ticareti konusunda eğitilmesi, ekonomik sıkıntı içerisinde olan kadınlara yönelik istihdam olanaklarının artırılması, mikro kredilerin sağlanması, kadın dayanışmasını



sağlayabilmek için kadınları birbirine bağlayan yardımlaşma gruplarının tesis edilmesi gibi uygulamalara ağırlık verilmesi planlanmaktadır. İnsan ticaretine karşı yürütülen kampanyaların radyo, gazete, televizyon gibi geleneksel medya araçları üzerinden yürütülmesinin oldukça maliyetli olması nedeniyle kurumların halkla ilişkiler kampanyalarını yürütmelerinde sosyal medya avantajlı alternatif bir platform haline gelmiştir. Bu süreçte kampanyalar yoluyla dünya genelinde geniş kitlelere ulaşılabilmekte ve insan ticaretine karşı kitlelerin örgütlenmeleri için girişimlerde bulunulabilmektedir. Diğer yandan sosyal medya platformları üzerinden yürütülen kampanyalar kapsamında açılan sayfalar yoluyla insan ticareti mağduru kadınlara ulaşılabilmekte ve onların sorunlarına doğrudan çözüm bulunmaya çalışılabilmektedir.

### 3. Analiz

#### 3. 1. Göstergebilim ve Charles Sanders Peirce

Gösterge, bir kavramın başka bir kavram yerine kullanılmasını ve soyut kavramların somutlaştırılmasını ifade etmektedir (Çetin ve Elif Eşiyok, 2015, s. 199). Göstergebilim ise göstergeler yoluyla inşa edilen anlamları ortaya koymaya çalışan bilim dalıdır (Tanyeri Mazıcı ve Çakı, 2018, s. 295). 20. yüzyılda göstergebilim, dilbilimciler Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce'in çalışmaları ile bilim dalı olarak ortaya çıkmıştır (Rifat, 2013, s. 178). Saussure, göstergebilimi gösteren ve gösterilen olmak üzere iki temelde ele almıştır (Gazi ve Çakı, 2018, s. 53). Peirce ise, göstergebilimi nesne, gösterge ve yorumlayan olmak üzere üç aşamalı analiz etmiştir. Peirce'in göstergebilimsel analizinde gösterge, bir nesneyi tanımlayan ve temsil eden kavramı ifade etmektedir. Yorumlayan ise göstergeyi zihinsel süreci içerisinde anlamlandırmaya çalışan kişiyi açıklamaktadır. Peirce'in göstergebilim analizinde bu kavramların bir alt boyutu olan görüntüsel gösterge, belirtisel gösterge ve simge kavramları ön plana çıkmaktadır (Fiske, 2017, s. 131). Görüntüsel gösterge, göstergenin doğrudan temsil ettiği nesne ile benzer şekilde olmasıdır. Örneğin; fotoğraf ve resimler. Belirtisel gösterge ise bir durumun başka durumun nedenini açıklamasıdır. Örneğin; gök gürültüsünün yağmurun yağacağını önceden haber vermesi. Simgesimge ise, gösterge ve nesne arasında hiçbir benzerliğin olmamasıdır. Örneğin; sözcükler ve rakamlar.

### **3. 2. İnsan Ticaretinde Kadınları Konu Alan Halkla İlişkiler Kampanyalarının Göstergebilimsel Analizi**

Çalışmanın bu kısmında İngiltere'nin gözyaşı, ABD'nin kurban, Meksika'nın özgürlük ve Kolombiya'nın dikkat konulu halkla ilişkiler kampanyalarının posterleri göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

#### **3. 2. 1. İngiltere'nin insan ticaretini konu alan halkla ilişkiler kampanyası**

İngiltere'nin gözyaşı konulu halkla ilişkiler kampanyasının birinci görselinde görüntüsel gösterge olarak insan ticaretinden mağdur olan kadının (veya temsilen yer alan oyuncunun) fotoğrafının ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Posterdeki görsel kodlarda kadının ağladığı aktarılmaktadır. Posterin üzerinde İngilizce “İnsan ticaretini durdurun, gözyaşlarınızı durdurun”, ortasında “Her gün kadınlar ve çocuklar satılıyor ve satın alınıyor, günümüzde kölelik (insan ticareti) bölgenizde devam ediyor, insan ticareti büyük bir problem, ahlaki olarak kabul edilemez ve yasa dışı, insan ticareti mağdurları köleleştiriliyor, kötüye kullanıyor ve sömürüyor, kadınlar ve kızlar zorla fuhşa maruz kalıyor” ve altında da “Ortadan kaldırmamıza yardım edin” yazılı kodları bulunmaktadır.

**Resim 1.** Gözyaşı Kampanyasının Birinci Posteri



Purple Teardrop Campaign Ltd Company Registration No: 07480024 Registered Charity No: 1141402

(Kaynak: Purple Teardrop, 2019)

Gözyaşı kampanyasının birinci görseli belirtisel gösterge açısından incelendiğinde, posterde insan ticareti yoluyla kadınların köleleştirildiğinin ve insan ticaretinin kadınların cinsel yönden sömürülmesine yol açtığı vurgulandığı görülmektedir. Bu aşamada posterde yer alan gözyaşı, insan ticaretinde kadınların yaşadıkları mağduriyeti simgelemektedir. Halkla ilişkiler kampanyasında insan ticaretine dikkat çekilerek insan ticaretinin kadınların yaşamı üzerinde ne gibi olumsuz sonuçlara neden olabileceği aktarılmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla posterdeki yazılı kodlarda insan ticareti kavramı ile kadınların köleleştirilmeleri, fuşşa zorlanmaları ve fiziksel olarak sömürülmeleri aynı kavramlar şeklinde yansıtılmaktadır. Kampanyanın sloganında da insan ticaretinin sonlandırılması ile kadınların gözyaşlarının dindirileceği yani mağduriyetlerinin giderileceği belirtilmektedir. Kampanya kapsamında insan ticareti üzerinden farkındalık oluşturularak kitlelerin insan ticaretine karşı doğrudan desteğinin alınması amaçlanmaktadır.

**Tablo 1.** Gözyaşı Kampanyasının Birinci Posteri

<b>Görüntüsel Gösterge</b>	İnsan ticaretinden mağdur olan kadının (veya temsilen yer alan oyucunun) fotoğrafı
<b>Belirtisel Gösterge</b>	Kadınların köleleştirildiği ve cinsel yönden sömürüldüğü
<b>Simge</b>	Gözyaşı

Gözyaşı kampanyasının ikinci görseli görüntüsel gösterge açısından incelendiğinde posterde insan ticaretinden mağdur olan kadının (veya temsilen yer alan oyucunun) fotoğrafına yer verildiği görülmektedir. Posterde, ilk posterdekinden farklı bir kadına yer verilmesine karşın ilk posterde olduğu gibi ikinci posterde de kadının ağlamakta olduğu yansıtılmaktadır. Posterin üstünde İngilizce “İnsan ticaretini durdurun, gözyaşlarını durdurun, mahallenizde bu işaretleri arayın”, ortasında “Mahallenizdeki bir yerde alışılmadık sayıda ziyaretçi, erkekler tarafından sıkça ziyaret edilen yerler, gündüzleri kapalı perdelerle bakımsız, harap, boş görünen kiralık bir ev / daire, farklı kadınların kısa süreliğine orada yaşamak için ortaya çıkması, kadınların dışarıda asla yalnız görülmemeleri, daima onlara eşlik edilmesi”, altında ise “Ortadan kaldırmamıza yardım edin” yazılı kodları bulunmaktadır.

**Resim 2. Gözyaşı Kampanyası**



Purple Teardrop Campaign Ltd Company Registration No. 07488034 Registered Charity No. 1141365

(Kaynak: Purple Teardrop, 2019)

Gözyaşı kampanyasının ikinci görseli belirtisel gösterge açısından incelendiğinde posterde insanların çevrelerinde yaşanan değişikliklerin, insan ticaretinin bir işareti olabileceği üzerinde durulduğu aktarılmaktadır. Bu posterde de gözyaşı, insan ticaretinde kadınların yaşadıkları mağduriyeti simgelemektedir. Kampanyanın ikinci posterinde yer alan yazılı kodlarda ise kitlelere karşılaşılabilecekleri insan tacirleri ve insan ticareti mağdurları ile ilgili bilgiler verilmektedir. Bu süreçte insanların insan ticareti ile ilgili hangi durumlarda şüpheli davranışları gerektiği aktarılmaktadır. Böylece kitlelerin çevrelerinde yaşanan olaylara daha duyarlı olmaları, her an bir insan ticareti vakası ile karşılaşılabilecekleri belirtilmektedir. Kampanyada kitlelerin insan ticaretine karşı harekete geçmesinin sağlanabilmesi için de görseller üzerinden hüznün duygusu oluşturulmakta ve insan ticaretinde kadınların daha fazla mağdur olmamaları için insanların daha duyarlı hareket etmeleri istenmektedir.

**Tablo 2.** Gözyaşı Kampanyasının İkinci Posteri

<b>Görüntüsel Gösterge</b>	İnsan ticaretinden mağdur olan kadının (veya temsilen yer alan oyucunun) fotoğrafı
<b>Belirtisel Gösterge</b>	İnsanların çevrelerinde yaşanan değişiklikler
<b>Simge</b>	Gözyaşı

### 3. 2. 2. ABD'nin insan ticaretini konu alan halkla ilişkiler kampanyası

ABD'nin kurban konulu halkla ilişkiler kampanyasının birinci görselinde insan ticareti mağdurlarının resim ve fotoğraflarına yer verilmemiş ve görüntüsel gösterge kullanılmamıştır. Bunun yerine insan ticaretinde kadınların yaşadıkları mağduriyet rakamlar ve şekiller üzerinden verilmiştir. Bu açıdan şekiller üzerinden insan ticareti mağdurları simgelemiştir. Posterin üstünde İngilizce “Kurbanların %80'i kadındır”, altında ise “İnsan ticareti, insanlığa karşı dünyanın en büyük suçlarından biridir. Buna karşın toplumun çoğunluğu tarafından fark edilmemektedir” yazılı kodu bulunmaktadır.

**Resim 3.** Kurban Kampanyasının Birinci Posteri



(Kaynak: Behance, 2019)

Kurban kampanyasının birinci görseli belirtisel gösterge açısından incelendiğinde, posterde insan şekillerinin sayısı üzerinden insan ticaretindeki kadınların oranının yüksek olduğunun vurgulandığı ortaya çıkmaktadır. Kampanyada mesajların simgeler üzerinden verildiği ve insan ticaretinde ağırlıklı olarak kadınların mağdur olduğunun aktarılmaya çalışıldığı görülmektedir. Böylece insan ticaretinde kadınların mağdurluğuna karşı

*İnsan Ticaretini Önlemeye Yönelik Olarak Kadınları Konu Alan  
Halkla İlişkiler Kampanyaları Üzerine Bir İnceleme*

farkındalık oluşturulması amaçlanmaktadır. Nitekim posterde yer alan yazılı kodlarda da insan ticaretinin dünya genelindeki en büyük suçlardan biri olduğu, buna karşın bu suçun insanlar tarafından yeterince fark edilmediği aktarılmaktadır. Kampanyada kullanılan rakam, kelime ve şekillerle kitlelerin dikkatinin doğrudan insan ticareti olgusuna çekilmesi hedeflenmektedir.

**Tablo 3.** Kurban Kampanyasının Birinci Posteri

<b>Görüntüsel Gösterge</b>	Görüntüsel gösterge kullanılmamıştır
<b>Belirtisel Gösterge</b>	İnsan şekillerinin sayısı
<b>Simge</b>	Şekiller

Kurban kampanyasının ikinci görselinde de insan ticareti mağdurlarının resim ve fotoğraflarına yer verilmeyerek görüntüsel gösterge kullanılmamıştır. Yine şekiller üzerinden insan ticareti mağdurları simgelenmiştir. Posterin üzerinde İngilizce “İnsan ticaretinin kurbanlarının %50’si 16 yaşından küçüktür”, altında ise “İnsan ticareti, insanlığa karşı dünyanın en büyük suçlarından biridir. Buna karşın toplumun çoğunluğu tarafından fark edilmemektedir” yazılı kodları bulunmaktadır.

**Resim 4.** Kurban Kampanyasının İkinci Posteri



(Kaynak: Behance, 2019)

Kurban kampanyasının ikinci görseli belirtisel gösterge açısından incelendiğinde posterde insan şekillerinin büyüklük küçüklük oranına göre insan ticaretindeki çocuk oranının yüksek olduğunun vurgulandığı görülmektedir. Kampanyanın ikinci görseli, birinci görseli ile uyumlu olarak hazırlanmış ve insan ticaretindeki mağdurların önemli bir bölümünün kadın

ve 16 yaş altında olduğu mesajının verilmesi amaçlanmıştır. Böylece insan ticaretinden olumsuz olarak etkilenen kitle hakkında farkındalık oluşturulması istenmektedir.

**Tablo 4.** Kurban Kampanyasının İkinci Posteri

<b>Görüntüsel Gösterge</b>	Görüntüsel gösterge kullanılmamıştır
<b>Belirtisel Gösterge</b>	İnsan şekillerinin büyüklük küçüklük oranı
<b>Simge</b>	Şekiller

### 3. 2. 3. Meksika'nın insan ticaretini konu alan halkla ilişkiler kampanyası

Meksika'nın Özgürlük konulu halkla ilişkiler kampanyasının birinci görse-  
linde görüntüsel gösterge olarak doğrudan insan ticareti mağduru kadının  
resminin kullanıldığı görülmektedir. Posterde genç kadının transparan bir  
kıyafet giydiği ve çevresinde ona doğru yönelen ellerin olduğu resmedil-  
mektedir. Ellerden iki tanesinin para uzatmakta olduğu, bir tanesinin genç  
kadına dokunmaya çalıştığı, bir tanesinin de genç kadını işaret ettiği ak-  
tarılmaktadır. Genç kadının elinde tuttuğu kâğıtta ise genç kadının evinin  
önünde, okul kıyafetleri içerisinde, elinde okul kitaplarının olduğu yansı-  
tılmaktadır. Posterin üstünde İspanyolca "Ne aldığını düşünüyorsun?", al-  
tında ise "İstediklerinizin arkasında, parçası olmak istemediğiniz bir hikâ-  
ye olabilir. Cinsel hizmetler için ödenen para, insan ticareti ve suçunun en  
büyük tetikleyicilerinden biridir" yazılı kodları bulunmaktadır.

**Resim 5.** Özgürlük Kampanyasının Birinci Posteri



(Kaynak: CNDH, 2019)

*İnsan Ticaretini Önlemeye Yönelik Olarak Kadınları Konu Alan  
Halkla İlişkiler Kampanyaları Üzerine Bir İnceleme*

Özgürlük kampanyasının birinci görseli belirtisel gösterge boyutunda incelendiğinde, posterde insanların genç kadına para uzatması ile kadının cinsel yönden sömürüldüğü mesajının verildiği görülmektedir. Posterin çevresinde yer alan eller, insan ticaretinde kadınların mağdur edilmesini simgelemektedir. Kampanyada kitlelerin insan ticareti konusunda daha dikkatli davranması istenmektedir. İnsan ticaretinde kadınların cinsel yönden sömürüldükleri ve kitlelerin mağdur kadınlar ile para karşılığında yaşayacakları beraberliklerin insan ticaretini daha da güçlendireceği aktarılmaktadır. Bu süreçte kitlelerin istemeden insan ticaretine destek verebildikleri vurgulanmaktadır. Kitlelere insan ticaretinde kadınların nasıl mağdur olduğunu aktarabilmek için de genç bir kadının iki farklı yaşamının ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Kampanyada insan ticaretinden dolayı mağdur edilen kadınlardan cinsel hizmet almaya devam edildiği takdirde bu kadınların evlerinden uzak, eğitimlerini yarıda bırakmış ve mutsuz bir yaşam içerisinde olacakları mesajı verilmektedir. Böylece oluşturulan hüznün duygusu ile kitlelerin insan ticaretine istemeden de olsa destek vermesinin önüne geçilmesi amaçlanmaktadır.

**Tablo 5.** Özgürlük Kampanyasının Birinci Posteri

<b>Görüntüsel Gösterge</b>	İnsan ticareti mağduru kadının resmi kullanılmaktadır
<b>Belirtisel Gösterge</b>	İnsanların genç kadına para uzatması
<b>Simge</b>	Posterin çevresinde yer alan eller

Özgürlük kampanyasının ikinci görselinde görüntüsel gösterge olarak insan ticareti mağduru kadının resminin kullanıldığı görülmektedir. Posterde mağdur kadın oğlu ile birlikte resmedilmektedir. Görsel kodlarda kadının elinde süpürge olduğu, saçlarının dağıldığı ve arkasında yaprakların uçuştuğu aktarılmaktadır. Diğer yandan kadının elinde tuttuğu kâğıtta kadın saçları toplu ve bir evin içerisinde yansıtılmaktadır. Posterin üstünde İspanyolca “Topluluğunuzdan uzakta çekici bir istihdam sunuyorlar mı?”, altında ise “Aradığınız işin arkasında içinde olmak istemediğiniz bir hikâye olabilir. İnsan ticaretinin en yaygın ve tanımlanması da zor biçimlerinden biri, kadın ve çocukların ev işlerinde sömürü amacıyla çalıştırılmasıdır” yazılı kodları bulunmaktadır.



## Resim 6. Özgürlük Kampanyasının İkinci Posteri



(Kaynak: CNDH, 2019)

Özgürlük kampanyasının ikinci görseli belirtisel gösterge açısından incelendiğinde, posterde kadının yüz hatlarındaki değişim ile insan ticareti sürecinde yaşadığı üzüntünün vurgulandığı görülmektedir. Bu açıdan kitlelerin posterdeki kadının iki farklı sunumu üzerinden insan ticareti sürecinde kadının uğradığı değişimi ve yaşadığı mağduriyeti anlamaları amaçlanmaktadır. Poster, ikinci görselden farklı olarak cinsel sömürü yerine emek sömürüsü üzerinden insan ticareti ile ilgili mağduriyeti vurgulamaya çalışmaktadır. Posterde yer alan süpürge, insan ticareti mağduru kadının emeğini simgelemektedir. Kadının evinden uzakta, yaşam mücadelesi içerisinde olduğu ve çocuğu ile birlikte zor zamanlar geçirdiği aktarılmaktadır. Kampanyada kitlelerin insan ticareti sonucu gelen kadınları ev işlerinde çalıştırarak, insan ticaretine yardım ettikleri mesajı verilmektedir. Böylece insanların, evlerinde kadınları çalıştırmaları ile onları daha fazla mağdur ettikleri yansıtılmaktadır.

Tablo 6. Özgürlük Kampanyasının İkinci Posteri

<b>Görüntüsel Gösterge</b>	İnsan ticareti mağduru kadın ve çocuğun resmi kullanılmaktadır
<b>Belirtisel Gösterge</b>	Kadının yüz hatlarındaki değişim
<b>Simge</b>	Posterde yer alan süpürge

### 3. 2. 4. Kolombiya'nın insan ticaretini konu alan halkla ilişkiler kampanyası

Kolombiya'nın Dikkat konulu halkla ilişkiler kampanyasının birinci görselinde görüntüsel gösterge olarak insan ticareti mağduru kadının (veya onu temsil eden oyuncunun) fotoğrafının kullanıldığı görülmektedir. Posterde

*İnsan Ticaretini Önlemeye Yönelik Olarak Kadınları Konu Alan  
Halkla İlişkiler Kampanyaları Üzerine Bir İnceleme*

kadının elleriyle yüzünü kapadığı aktarılmaktadır. Diğer yandan bir elin, kadının omzundan tuttuğu gösterilmektedir. Posterin üstünde İspanyolca “İdeal bir iş ve maaş için seyahat etmeyi mi teklif ettiler? Yolculuk, konaklama ve yemek için onlar para mı ödüyor?”, altında ise “Vatandaş, risk altında olabilirsin!” yazılı kodları bulunmaktadır.

**Resim 7. Dikkat Kampanyasının Birinci Posteri**



(Kaynak: Terminal Pasto, 2019)

Dikkat kampanyasının birinci görseli belirtisel gösterge açısından incelendiğinde posterdeki kadının üzüntüsü ile kadınların insan ticareti sürecinde yaşadıkları mağduriyetin ifade edilmekte olduğu görülmektedir. Görsel kodlar üzerinden kadının insan ticareti sonucunda yaşadığı üzüntü aktarılmaya çalışılmaktadır. Bu açıdan kadının elleri ile yüzünü kapaması insan ticareti sonucu yaşanan üzüntüyü simgelemektedir. Posterdeki yazılı kodlarda da insan ticareti kurbanları ile ilgili bilgiler verilmeye çalışılmaktadır. Kampanya kapsamında insanların hangi durumlarda insan tacirlerinin ellerine düşebileceklerinin ve mağdur edilebileceklerinin aktarıldığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında çalışma kapsamında incelenen bu kampanyada diğer kampanyalardan farklı olarak kadınların doğrudan insan ticareti mağduru olmamasına yönelik mesajların verildiği görülmektedir. Posterde yer verilen mağdur fotoğrafı ile kitlelerin insan ticaretinde benzer bir duruma düşmemeleri istenmektedir.

**Tablo 7.** Dikkat Kampanyasının Birinci Posteri

<b>Görüntüsel Gösterge</b>	İnsan ticareti mağdurunun (veya onu temsil eden oyuncunun) fotoğrafı
<b>Belirtisel Gösterge</b>	Posterdeki kadının üzüntüsü
<b>Simge</b>	Kadının elleri ile yüzünü kapaması

Dikkat kampanyasının ikinci görseli görüntüsel gösterge açısından incelendiğinde, posterde insan ticareti mağdurunun (veya onu temsil eden oyuncunun) fotoğrafının kullanıldığı görülmektedir. Posterde kadın, yazılı kodların bulunduğu bir kâğıt parçasını yüzünü kapayacak şekilde tutmaktadır. Posterin üstünde İspanyolca “Biri size başka bir şehre veya ülkeye kolayca ve hızlı bir şekilde seyahat etmeyi mi teklif etti?”, altında ise “Vatandaş, risk altında olabilirsin!” yazılı kodları bulunmaktadır.

**Resim 8.** Dikkat Kampanyasının İkinci Posteri



(Kaynak: Terminal Pasto, 2019)

Dikkat kampanyasının ikinci görseli belirtisel gösterge açısından incelendiğinde posterde yazılı kodların bulunduğu kâğıdın gösterilmesi ile kitleler nezdinde insan ticaretine yönelik duyarlılık oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir. Kadının kâğıt parçası ile yüzünü kapaması insan ticareti sonucu yaşanan dışlanma korkusunu simgelemektedir. Posterde ilk görseldekinin benzeri şekilde insan ticaretinde bireylerin nasıl ikna edildikleri aktarılmaya çalışılmaktadır. Bu açıdan posterde doğrudan ülkedeki vatandaşların insan ticareti konusunda uyarılarak diğer insan ticareti mağdurları ile benzer duruma düşmemeleri amaçlanmaktadır.

**Tablo 8.** Dikkat Kampanyasının İkinci Posteri

<b>Görüntüsel Gösterge</b>	İnsan ticareti mağdurunun (veya onu temsil eden oyuncunun) fotoğrafı
<b>Belirtisel Gösterge</b>	Posterin merkezinde yazılı kodların bulunduğu kâğıdın gösterilmesi
<b>Simge</b>	Kadının elleri ile yüzünü kapaması

## **Sonuç**

Çalışma kapsamında incelenen halkla ilişkiler kampanyalarında insan ticareti konusunda kadınların mağduriyetlerinin farklı açılardan yansıtıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Kampanyalarda kadınların mağduriyetleri kimi zaman fotoğraf, kimi zaman resim, kimi zaman da şekiller üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır. Tüm kampanyaların temel amacının insan ticareti konusunda farkındalık oluşturmak olduğu görülmüştür. Aynı zamanda kampanyalarda insan ticaretinin günümüzün en büyük insanlık suçlarından biri olduğuna yönelik algının oluşturulması amaçlanmıştır.

ABD ve İngiltere'deki halkla ilişkiler kampanyalarında kadınların insan ticaretinden cinsel istismar ve emek sömürüsü şeklinde olumsuz etkilendikleri vurgulanmıştır. İngiltere'nin kampanyasında kitleler insan ticaretine karşı uyarılmış ve insanların yaşadıkları mahallelerde karşılaşılabilecekleri olası insan ticareti vakalarını yetkililere bildirmeleri istenmiştir. Bu açıdan kampanyada doğrudan insan ticaretine karşı kitleler ile iş birliği içerisine girilmesinin amaçlandığı görülmüştür. Böylece insan ticareti konusunda yetkililerin işlerinin kolaylaştırılmasının hedeflendiği sonucu ortaya çıkarılmıştır. Diğer yandan ABD'nin halkla ilişkiler kampanyasında ise insan ticareti konusunda kitleler nezdinde doğrudan farkındalık oluşturulmasının amaçlandığı görülmüştür. Bu amaçla insan ticaretinde genel olarak genç kadınların mağdur edildiğinin vurgulandığı aktarılmış, kitlelerin konuya ilgisinin çekilebilmesi için de şekil ve rakamlardan yararlanılmıştır. Böylece kampanya ile insan ticareti konusunda ülke genelinde kadınların yaşadıkları mağduriyet ön plana çıkarılarak insanların zihinlerinde insan ticaretinin büyük bir suç olduğuna yönelik algı oluşturulmaya çalışılmıştır.

İnsan ticareti konusunda en fazla kurban veren ülkelerden Meksika ve Kolombiya'nın halkla ilişkiler kampanyalarında, ABD ve İngiltere'den

daha farklı mesajların verildiği ortaya çıkarılmıştır. Meksika'nın halkla ilişkiler kampanyasında dolaylı yollardan insan ticaretine katkı sağlayanlara mesajın verildiği görülmüştür. Kampanya kapsamında kitlelere, para karşılığında insan ticareti sonucunda çalıştırılan insanlardan cinsel yönden ve emek odaklı talepte bulunulmaması gerektiği aktarılmıştır. Kadınların insan ticareti suçu nedeniyle mağdur edildikleri, zor şartlar altında çalıştırıldıkları vurgulanarak, insanların istemeden de olsa insan ticaretine katkı sağlamaması istenmiştir. Böylece kampanyada insan ticaretinin önlenmesine yönelik insan ticareti ile dolaylı yoldan bağlantılı olan kişilerin desteğinin alınması hedeflenmiştir. Kolombiya'nın halkla ilişkiler kampanyasında ise kitlelerin insan ticareti kurbanı olmamaları için mesajlar verildiği görülmüştür. Kolombiya'nın insan ticaretinde en fazla mağdur veren ülkelerden biri olması, kampanyanın mesajı üzerinde doğrudan etki oluşturmuştur. Kampanya, Kolombiya halkına insan tacirlerinin hangi söylemler üzerinden insanları etkilediği hakkında bilgi vermiş, bu yolla kitlelerin insan ticareti konusunda bilinçlendirilmesini amaçlamıştır.

Çalışma kapsamında incelenen halkla ilişkiler kampanyaları, insan ticareti konusunda farkındalık oluşturmaları bakımından büyük önem taşımaktadır. Buna karşın kampanyalarda doğrudan insan ticareti mağdurlarının söylemlerine atıfta bulunulması, mağdurların yaşadıkları zor şartların ve yerlerin fotoğraflarına veya resimlerine yer verilmesi yoluyla kitlelere iletilmek istenen mesajın etkisinin arttırabileceği düşünülmektedir. Diğer yandan insan ticaretinden kurtarılarak, daha iyi bir yaşam standardına kavuşturulan mağdurlar hakkında bilgi verilmesi de kampanyalarda oluşturulmak istenen farkındalığı güçlendirebilecektir.

Çalışmada incelenen halkla ilişkiler kampanyalarında genel olarak hüznün duygusu oluşturularak kitlelerin insan ticaretine karşı harekete geçmesinin amaçlandığı ortaya çıkarılmıştır. İncelenen konunun özgünlüğüne karşın çalışmada yalnızca dört halkla ilişkiler kampanyasının analiz edilmesi ve elde edilen bulgular kapsamında genellemelerde bulunulması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu açıdan gelecek çalışmaların konuyla ilgili olarak farklı ülke örneklemeleri üzerinden, mevcut çalışmada elde edilen bulgular ile karşılaştırmalı olarak incelemede bulunulmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## **Kaynakça**

- Alvarez, M. B., & Alessi, E. J. (2012). Human Trafficking is More Than Sex Trafficking and Prostitution: Implications for Social Work. *Affilia*, 27(2), 142-152.
- Andrijasevic, R. (2007). Beautiful Dead Bodies: Gender, Migration and Representation in Anti-Trafficking Campaigns. *Feminist Review*, 86(1), 24-44.
- Aradau, C. (2004). The Perverse Politics of Four-Letter Words: Risk and Pity in the Securitisation of Human Trafficking. *Millennium*, 33(2), 251-277.
- Askola, H. (2007). Violence against Women, Trafficking, and Migration in the European Union. *European Law Journal*, 13(2), 204-217.
- Barın, H. (2015). Türkiye'deki Suriyeli Kadınların Toplumsal Bağlamda Yaşadıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Göç Araştırmaları Dergisi*, (2), 10-56.
- Behance (2019). "ABD'nin Halkla İlişkiler Kampanyası", [https:// www. behance. net/ gallery / 3387001/ Human- Trafficking- Public- Awareness-Campaign- Poster](https://www.behance.net/gallery/3387001/Human-Trafficking-Public-Awareness-Campaign-Poster), Erişim Tarihi: 23. 06. 2019.
- Brysk, A. (2009). Beyond Framing and Shaming: Human Trafficking, Human Security and Human Rights. *Journal of Human Security*, 5(3), 8-21.
- CNDH (2019). "Meksika'nın Halkla İlişkiler Kampanyası", [http:// www. cndh. org. mx/ Campana \\_Trata](http://www.cndh.org.mx/Campana_Trata), Erişim Tarihi: 23. 06. 2019.
- Corrin, C. (2005). Transitional Road for Traffic: Analysing Trafficking in Women from and through Central and Eastern Europe. *Europe-Asia Studies*, 57(4), 543-560.
- Coşkun, E. (2014). Türkiye'de Göçmen Kadınlar ve Seks Ticareti. *Çalışma ve Toplum*, 42(3), 185-206.
- Coşkun, E. (2016). Türkiye'nin Göç Rejiminde Toplumsal Cinsiyet Faktörü: Ugandalı Göçmen Kadınlar Örneği. *Fe Journal: Feminist Critique/Fe Dergi: Feminist Elestiri*, 8(1). 91-104.

- Çetin, M., & Sönmez, E. E. (2015). Sosyal Temsil Kuramı Bağlamında Kurumsal Reklamlar: Türk Hava Yolları Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(39), 191-207.
- Deshpande, N. A., & Nour, N. M. (2013). Sex Trafficking of Women and Girls. *Reviews in Obstetrics and Gynecology*, 6(1), 22-27.
- Fiske, J. (2017). İletişim Çalışmalarına Giriş. Çev., Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Friesendorf, C. (2007). Pathologies of Security Governance: Efforts Against Human Trafficking in Europe. *Security Dialogue*, 38(3), 379-402.
- Gajic-Veljanoski, O., & Stewart, D. E. (2007). Women Trafficked into Prostitution: Determinants, Human Rights and Health Needs. *Transcultural Psychiatry*, 44(3), 338-358.
- Gazi, M. A., Çakı, C. (2018). Siyahi Ayrımcılığa Karşı Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları. *International Journal of Labour Life and Social Policy*, 1 (2), 48-62.
- Gould, C. (2010). Moral panic, Human Trafficking and the 2010 Soccer World Cup. *Agenda*, 24(85), 31-44.
- Gulati, G. J. (2011). News Frames and Story Triggers in the Media's Coverage of Human Trafficking. *Human Rights Review*, 12(3), 363-379.
- Hodge, D. R., & Lietz, C. A. (2007). The International Sexual Trafficking of Women and Children: A Review of The Literature. *Affilia*, 22(2), 163-174.
- Hughes, D. M., & Denisova, T. A. (2001). The Transnational Political Criminal Nexus of Trafficking in Women from Ukraine. *Trends in Organized Crime*, 6(3-4), 43-67.
- Jahic, G., & Karan, U. (2006). Türk Ceza ve Ceza Usul Hukuku ve Fuhuş amaçlı İnsan Ticareti Suçunda Yaşanan Sorunlar. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 67, 97-110.
- Kempadoo, K. (2015). The Modern-day White (wo) Man's Burden: Trends in Anti-Trafficking and Anti-Slavery Campaigns. *Journal of Human Trafficking*, 1(1), 8-20.

- Kligman, G., & Limoncelli, S. (2005). Trafficking Women after Socialism: From, to, and through Eastern Europe. *Social Politics: International Studies in Gender, State and Society*, 12(1), 118-140.
- Lutya, T. M. (2009). Epi-Criminological Responses to Human Trafficking of Young Women and Girls for Involuntary Prostitution in South Africa. *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, 10(S1), 59-78.
- Mahmoud, T. O., & Trebesch, C. (2010). The Economics of Human Trafficking and Labour Migration: Micro-Evidence from Eastern Europe. *Journal of Comparative Economics*, 38(2), 173-188.
- McDonald, W. F. (2004). Traffic Counts, Symbols & Agendas: A Critique of the Campaign against Trafficking of Human Beings. *International Review of Victimology*, 11(1), 143-176.
- McDonald, W. F. (2014). Explaining the Under-Performance of the Anti-Human-Trafficking Campaign: Experience from the United States and Europe. *Crime, Law and Social Change*, 61(2), 125-138.
- Nieuwenhuys, C., & Pécout, A. (2007). Human Trafficking, Information Campaigns, and Strategies of Migration Control. *American Behavioral Scientist*, 50(12), 1674-1695.
- O'Brien, E. (2016). Human Trafficking Heroes and Villains: Representing the Problem in Anti-Trafficking Awareness Campaigns. *Social & Legal Studies*, 25(2), 205-224.
- Outshoorn, J. (2005). The Political Debates on Prostitution and Trafficking of Women. *Social Politics: International Studies in Gender, State and Society*, 12(1), 141-155.
- Paul, B. K., & Hasnath, S. A. (2000). Trafficking in Bangladeshi Women and Girls. *Geographical Review*, 90(2), 268-276.
- Purple Teardrop (2019). "İngiltere'nin Halkla İlişkiler Kampanyası", <http://www.purpleteardrop.org.uk/resources/>, Erişim Tarihi: 23. 06. 2019.
- Raphael, J., Reichert, J. A., & Powers, M. (2010). Pimp Control and Violence: Domestic Sex Trafficking of Chicago Women and Girls. *Women & Criminal Justice*, 20(1-2), 89-104.



- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sever, M. (2018). Türkiye’de Kadın Ticaretine Yönelik Politikaların İncelenmesi. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 2(2), 32-42.
- Siegel, D., & De Blank, S. (2010). Women Who Traffic Women: the Role of Women in Human Trafficking Networks–Dutch Cases. *Global Crime*, 11(4), 436-447.
- Stewart, D. E., & Gajic-Veljanoski, O. (2005). Trafficking in Women: the Canadian Perspective. *Cmaj*, 173(1), 25-26.
- Şeker, D. (2016). Göç Sürecinde Kadın. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 199-214.
- Tanyeri Mazıcı, E., & Çakı, C. (2018). Adolf Hitler’in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 290-306.
- Terminal Pasto (2019). “Kolombiya’nın Halkla İlişkiler Kampanyası”, <http://terminalpasto.gov.co/campana-esoesuento-2/>, <http://www.purpleteardrop.org.uk/resources/>, Erişim Tarihi: 23. 06. 2019.
- Tsutsumi, A., Izutsu, T., Poudyal, A. K., Kato, S., & Marui, E. (2008). Mental Health of Female Survivors of Human Trafficking in Nepal. *Social Science & Medicine*, 66(8), 1841-1847.
- Ugarte, M. B., Zarate, L., & Farley, M. (2004). Prostitution and Trafficking of Women and Children from Mexico to the United States. *Journal of Trauma Practice*, 2(3-4), 147-165.
- Womanstats (2019). “Ülkelere Göre Kadınların Güvenlik Durumları”, <http://www.womanstats.org/>, Erişim Tarihi: 23. 06. 2019.
- Yılmaz, A. (2019). Göç ve Kadın: “Göçün Feminizasyonu” ve Kadın Göçmenlerin Durumu. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (1), 383-400.

